A Construção do Brasil como Paraíso das Mulatas:
do Imaginário Colonial ao Marketing Turístico

Mariana Selister Gomes*

Resumo: A partir de uma arque-genealogia inspirada em Michel Foucault, o artigo analisa o saber de que o Brasil é o paraíso das mulatas, entendendo que esta identidade foi construída historicamente em relações de poder colonial, patriarcal e de biopoder, nas quais gênero e raça foram utilizados como dispositivos de saber-poder. Os conflitos atuais, protagonizados por movimentos feministas e negros, em torno dessa identidade permitem desnaturalizá-la e buscar os indícios de sua construção. Os indícios da construção do Brasil como paraíso das mulatas estão na carta de Pero Vaz de Caminha, de 1500, e seu imaginário colonial de paraíso, no livro Casa Grande e Senzala, de 1933, e seu imaginário de mestiçagem positiva, nas imagens do marketing turístico de 1970-90 e seu incentivo ao turismo sexual, entre outros locais possíveis de enunciação desse saber-poder.

Palavras-Chave: Imaginários; Raça; Gênero

Abstract: From an archi-genealogy inspired by Michel Foucault, the article analyses the know of what the one Brazil is the paradise of the “mulatas”, and that this identity has been historically constructed power relations in colonial, patriarchal and biopower, in which gender and race were used as devices for power-knowledge. The current conflict, roles of black and feminist movements, around the identity, denaturalize enable it and get the evidence of its construction. The evidences from the construction from the Brazil as a paradise of the “mulatas” are the letter as of Pero Vaz de Caminha, in 1500, and your own imaginary colonial as of paradaise, at the book Casa Grande & Senzala, as of 1933, and your own imaginaries as of miscegenation, at the imaging from the marketing touristic as of 1970-90 and your own bait to the tourism sexual, among others sites feasible as of enunciation he might give power-knowledge.

Keywords: Imaginaries; Race; Gender

Imaginários e Saber-Poder

A partir da segunda metade do século XX, as Ciências Humanas têm se dedicado a compreender questões simbólicas e culturais. Os chamados novos movimentos sociais, a partir da década de 1960, como movimento feminista e movimento negro, colocaram em questão a percepção das relações sociais a partir apenas de aspectos econômicos. Assim, passam a se destacar autores como Roger Chartier com seus estudos sobre representação na história e, Pierre Bourdieu com suas reflexões sobre o poder simbólico na sociologia. Nesse

* Bacharel em História (UFRGS), Bacharel em Turismo (PUCRS), Mestranda em Sociologia (UFRGS) – Bolsista Capes/Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres

artigo busco como referência aquele autor que acredito tenha contribuído de forma mais contundente nesse processo de compreensão das dimensões simbólicas como realidade social, a partir de uma perspectiva filosófica, histórica e sociológica – Michel Foucault. Ainda, busco aproximar as reflexões de Foucault sobre o saber-poder, com as reflexões sobre o imaginário, conceito que tem sido utilizado na comunicação e no turismo. O objetivo é compreender como o imaginário de que o Brasil é o paraíso das mulatas foi construído, desde o período colonial até o marketing turístico, em relações de saber-poder.

Conforme Machado (2003, p.49) "não se crê no imaginário, vive-se nele". Ou seja, os imaginários correspondem aos saberes compartilhados socialmente de uma forma muitas vezes não consciente, naturalizados, não problematizados. No Turismo, a importância das imagens e imaginários é evidenciada pelas análises que demonstram que uma das dimensões do turismo é a comunicação (e informação). Conforme Wainberg (2003) é através da comunicação que se produz a motivação para o deslocamento turístico. Também Gastal (2005) aponta a importância das imagens de um destino e dos imaginários (representações, sentimentos) que mediam as relações entre turistas, destino, residentes. Acrescenta-se ainda a percepção do marketing que evidencia a importância da mídia na tomada de decisão do consumidor do turismo, ou seja, o papel das imagens administradas para atrair turistas – conforme Nielsen (2002). Evidencia-se, portanto, que o Turismo é um construtor de saberes.

Foucault propõe a análise de saberes a partir da desconstrução, da problematização, para assim compreender como os saberes são construídos historicamente. Para o autor nada é substancial. Para analisar saberes Foucault propõem uma análise arqueológica, na qual "analisar positividades é mostrar segundo que regras uma prática discursiva pode formar grupos de objetos, conjuntos de enunciações, jogos de conceitos, séries de escolhas teóricas" (*2004*, p.203). Assim, a *arqueologia* é "a descrição das formações discursivas, a analise das positividades, a demarcação do campo enunciativo" (*idem*, p. 149). Para o autor "o saber (...) pode estar também em ficções, reflexões, narrativas, regulamentos institucionais, decisões políticas" (idem, p. 205). Foucault complementa a *arqueologia do saber* com a *genealogia do poder* e, neste sentido: "pouco importa que esta institucionalização do discurso científico se realize em uma universidade ou, de modo mais geral, em um aparelho político, (...) são os efeitos de poder próprios a um discurso considerado como científico, que a genealogia deve combater" (1986, p. 171). Sendo a *genealogia* uma análise a partir do presente, busca as construções históricas que sustentam as relações de poder no presente.

A partir dessa perspectiva, os saberes, em relações de poder, são construídos por intelectuais, discursos políticos, pela mídia, pelo turismo e outros espaços de saber-poder.

Neste artigo buscar-se-á analisar o saber-poder construído sobre o Brasil como um paraíso das mulatas, buscando indícios dessa construção desde os discursos dos colonizadores até o marketing turístico contemporâneo.

Imaginários Coloniais e Identidade Nacional

A construção da brasilidade associada à idéia de paraíso e de disponibilidade do corpo feminino das nativas do Brasil teria iniciado já na Carta de Pero Vaz de Caminha (Santana, 2008). Na Carta, Pero Vaz de Caminha, em 1500, descreve as paisagens e os/as nativos/as do território descoberto, assim começa a construir o imaginário de paraíso. Destaca-se três trechos da Carta, talvez os mais conhecidos, repetidos em livros didáticos e na mídia (Caminha, 2002):

> Neste dia, a horas de véspera, houvemos vista de terra! Primeiramente dum grande monte, mui alto e redondo; e doutras serras mais baixas ao sul dele; e de terra chã, com grandes arvoredos: ao monte alto o capitão pôs nome – o Monte Pascoal e à terra – a Terra da Vera Cruz.
>
> Também andavam, entre eles, quatro ou cinco mulheres moças, nuas como eles, que não pareciam mal. Entre elas andava uma com uma coxa, do joelho até o quadril, e a nádega, toda tinta daquela tintura preta; e o resto, tudo da sua própria cor. Outra trazia ambos os joelhos, com as curvas assim tintas, e também os colos dos pés; e suas vergonhas tão nuas e com tanta inocência descobertas, que nisso não havia nenhuma vergonha.
>
> Ali andavam entre eles três ou quatro moças, bem moças e bem gentis, com cabelos muito pretos, compridos pelas espáduas, e suas vergonhas tão altas, tão cerradinhas e tão limpas das cabeleiras que, de as muito bem olharmos, não tínhamos nenhuma vergonha.

Conforme Stolke (2006), a moralidade das metrópoles ibéricas foi implantada nas colônias, pela Igreja e pelo Estado. Esses valores e regras de casamento e pureza de sangue dividiam as mulheres em dois tipos baseados em sexualidade e raça: as virgens euro-descendentes e as disponíveis indígenas e africanas e/ou afro-descendentes escravizadas. Esse processo significou, conforme a autora, o abuso e violência sexual contra mulheres indígenas e negras. Segundo Nascimento (2003) esse processo consistiu também em violência no nível simbólico e identitário, reproduzindo racismo e sexismo.

Com a independência do Brasil, em 1822, o Estado e os intelectuais (que somavam as funções de literatos, jornalistas, historiadores, geógrafos, etc.) voltaram-se para a construção de uma Identidade Nacional[2]. Esses imaginários coloniais passam a ser re-significados.

O marco dessa construção de uma identidade nacional brasileira[3] é 1933, com a publicação de Casa Grande e Senzala, Gilberto Freyre. O autor propõe fazer uma mudança de perspectiva biológica (anteriormente adotada) para a cultural e a mestiçagem torna-se o grande elemento constitutivo da identidade nacional e o mulato passa a ser exaltado. Aliado ao elemento racial acrescenta-se o de gênero, tendo em vista que Freyre reeditou o imaginário do colonizador português, no imaginário do brasileiro branco senhor de escravos (português ou descendente de portugueses) com as mulatas. Devido sua grande repercussão nacional e internacional, o autor consolida a figura da mulata no imaginário social brasileiro e sobre o Brasil, a qual já vinha sendo construída na literatura e é reconstruída ainda hoje (Correa, 1996). Neste sentido destaca-se o capítulo IV, intitulado "O escravo negro na vida sexual e de família do brasileiro", no qual o autor descreve, entre outras passagens relacionadas à sexualidade, a iniciação sexual dos senhores brancos com as escravas mulatas. Cita-se também:

> A miscigenação que largamente se praticou aqui corrigiu a distância social que doutro modo se teria conservado enorme entre a casa-grande e a mata tropical; entre a casa-grande e a senzala. O que a monocultura latifundiária e escravocrata realizou no sentido da aristocratização, extremando a sociedade brasileira em senhores e escravos, com uma rala e insignificante lambujem de gente livre sandiuchada entre os extremos antagônicos, foi em grande parte contrariado pelos efeitos sociais da miscigenação. A índia e a negra-mina a princípio, depois a mulata, a cabrocha, a quadrarona, a oitavona, tornando-se caseiras, comcubinas e até esposas legítimas dos senhores brancos, agiram poderosamente no sentido de democratização social no Brasil (Freyre, 2001, p. 46).

Ressalta-se que o esforço do Estado para construir a identidade nacional não é centrado apenas nos intelectuais. No Brasil, o governo de Getúlio Vargas, especialmente no Estado Novo, esforçando-se em construir uma identidade nacional, tornou o carnaval símbolo nacional, criou o Dia das Raças, nacionalizou a capoeira, para celebrar a harmonia racial do Brasil. O Estado Novo criou também o Departamento de Imprensa e Propaganda, que era composto de cinco Divisões: Divulgação, Radiodifusão, Cinema e Teatro, Imprensa e Turismo. Segundo Caetano (2004, p.6) "a Divisão do Turismo encarregava-se da divulgação do Brasil no exterior, com a finalidade de incentivar o turismo", editou para isto folhetos em

---

[2] Identidade é entendida, a partir de Hall (2003; 2005), como uma construção histórica que pode ter diversas formas e conteúdos, sendo que a identidade nacional foi a principal nos Estados Modernos Ocidentais, operando ainda hoje, mas ao lado (e muitas vezes em conflito) de outras identidades.

[3] Sobre o processo de construção da identidade nacional perpassado pelas relações raciais e as diferentes perspectivas até culminar na perspectiva de Gilberto Freyre que foi a de maior impacto social, cita-se: MUNANGA (1999), ORTIZ (1994), SKIDMORE (1989) e GOMES (2008)

língua estrangeira e duas revistas *Travel in Brazil* e *Brasil Novo.* Neste momento o turismo passa a ser mais um elemento de consolidação da identidade nacional através de uma imagem do país divulgada no exterior com repercussão interna.

Marketing Turístico

Conforme Beni (2006), apesar dessas iniciativas anteriores do DIP, é em 1966 que o Turismo passa a ter uma maior relevância para o Estado Brasileiro com a criação da EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo, atualmente Instituo Brasileiro de Turismo) e do CNTUR (Conselho Nacional de Turismo). Neste contexto, o da Ditadura Militar no Brasil (1964-1984), a EMBRATUR divulgou intensamente a imagem do Brasil como paraíso das mulatas, reeditando o imaginário consolidado desde Gilberto Freyre em torno da mestiçagem/erotização e agregando o imaginário de paraíso construído pelos viajantes europeus do período colonial, que apresenta o país como um jardim das delícias, rico em prazeres. (Aoun, 2001). Santos Filho (2008) aponta que o discurso turístico foi utilizado tanto pela ditadura de Vargas como pela ditadura militar para ocultar a repressão e exaltar uma identidade harmônica de nação.

Em termos econômicos, conforme aponta FIORI (1998), é nesse contexto que a economia capitalista ocidental está iniciando um processo de transição para a globalização capitalista neoliberal. Assim, todos os países começam a internacionalizar seus mercados. No Brasil, muitas empresas multinacionais do setor de turismo receberam subsídios do governo para instalação no país. Essas empresas passam a atuar na disputa pela construção da imagem do Brasil no Turismo e pressionar pela vinculação do imaginário do paraíso das mulatas, para assim gerar mais fluxo de clientes/ turistas / prostituidores.

Segundo Krippendorf (2003, p. 40, 41) o imaginário de paraíso é fortemente vinculado pelos empresários do turismo, pois estes agem segundo seus próprios interesses econômicos, interesses de receber grandes quantidades de turistas, sem preocuparem-se com a motivação que levou estes turistas ao destino. Conforme Bem (2005), vinculada a um imaginário de paraíso, a motivação destes turistas, é em geral o turismo sexual. Pscitelli, ao analisar, a partir de etnografias, as relações entre turistas estrangeiros e brasileiras, em contexto de turismo sexual, aponta que “a sexualização, atravessada por gênero é racializada, refiro-me ao fato de que essa imbricação de diferenciações, corporificada nas mulheres namorando estrangeiros, é sintetizada numa cor: morena.” (2007, p. 12).

O marketing turístico institucional da EMBRATUR utilizou seguidamente imagens de mulheres negras semi-nuas, vinculadas ao carnaval, de 1970-90. Nesse contexto destaca-se

também Osvaldo Sargentelli e seu Show das Mulatas. O imaginário da mulata brasileira erotizada foi reforçado e as mulheres se tornaram “atrativos turísticos”, conforme Caetano (2004) e Feijó e Calanzas (2002), o que estaria relacionado à posterior forte presença de turismo sexual no Brasil, que teria sido, portanto, incentivado por ações de marketing. (Bem 2005). A identidade nacional, vinculada ao imaginário da mulata e da mestiçagem harmônica e sexual, utilizada na propaganda turística, seria uma das causas importantes do turismo sexual no Brasil (Bem 2005). No mesmo sentido, Bignami (2002) aponta que a imagem do Brasil no Turismo tem sido construída em cinco eixos: Brasil Paraíso, Lugar de Sexo Fácil, País do Carnaval, Lugar do Exótico e do Místico, Brasil do Brasileiro (sendo este último uma série de características, entre elas a ausência de racismo). Destaca-se, ainda, a pesquisa intensa documental de Alfonso (2006) sobre as campanhas publicitárias da EMBRATUR, até 2002, para quem:

> Conforme a descrição do Brasil da própria Revista da EMBRATUR, a idéia era exibir um país de cores, sabores e paisagens, um país continental, tropical, exótico, hospitaleiro, unido, formado por várias raças e culturas e repleto de mulheres sensuais. Um Brasil muito parecido com aquele idealizado por Gilberto Freyre na década de 30. (p.105)

Poder Patrircal, Biopoder e Poder Colonial

A partir da análise arqueológica foi possível compreender como o imaginário do Brasil paraíso das mulatas vem sendo construído desde os discursos dos colonizadores até os discursos turísticos. Torna-se fundamental compreender porque esses saberes se tornaram preponderantes, uma vez que vários discursos concorreram com esses e buscaram desconstruir esse saber do Brasil como paraíso das mulatas.

Imediatamente a publicação da obra Casa Grande & Senzala surgiram críticas (por exemplo, no jornal O Quilombo) a interpretação de mestiçagem harmônica e ao silenciamento do racismo. Na década de 1950, o projeto Unesco, no qual participou Florestan Fernandes, buscou analisar a interpretação de Freyre e concluiu que era incorreta.

O Movimento Feminista e o Movimento Negro têm lutado contra a mercantilização do corpo da mulher através das imagens senxualizadas e esteriotipadas. Nesse sentido, destaca-se uma das diretrizes gerais do II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres: “combater as distintas formas de apropriação e exploração mercantil do corpo e da vida das mulheres, como a exploração sexual, o tráfico de mulheres e o consumo de imagens esteriotipadas da mulher” (p.28). No mesmo sentido, destaca-se na I Conferência Nacional de Promoção da Igualdade Racial, no eixo temático Mulheres Negras, a seguinte proposta: “intensificar políticas que valorizem a imagem das mulheres negras, indígenas, quilombolas e ciganas nos meios de

comunicação, visando à superação de antigos estereótipos e à valorização de seus papéis como agentes e participativas na sociedade" (p.100). Com relação ao combate aos antigos estereótipos e a valorização da identidade negra, a mesma Conferência, bem como, a Conferência Mundial contra o Racismo, Discriminação Racial, Xenofomia e Intolerância Correlata[4] destacam a adoção de Ações Afirmativas.

Atendendo a demanda do Movimento Feminista, foi sancionada em 2005 a Lei Estadual do Rio de Janeiro número 4.642[5], através da qual "Fica proibida a veiculação, exposição e venda de postais turísticos, que usem fotos de mulheres, em trajes sumários, que não mantenham relação ou não estejam inseridas na imagem original dos cartões-postais de pontos turísticos, no âmbito do Estado do Rio de Janeiro". Na justificativa da Lei, encontra-se a afirmação de que "estes cartões que ficam em exposição em bancas de jornais, agências e boites, são veiculados em revistas e magazines no exterior e acabam por atrair para nossas cidades o tão deplorado turismo sexual". Também, o Código Mundial de Ética no Turismo[6] reconhece este problema da imagem ao incentivo do Turismo Sexual em seu sexto artigo, "da obrigação dos agentes de desenvolvimento turístico", no qual afirma que os meios de comunicação não devem facilitar o turismo sexual.

Nessas disputas discursivas, os movimentos têm tido algumas vitórias no sentido de desconstrução do saber construído em torno do Brasil como paraíso das mulatas e, assim, têm tensionado as relações de poder estabelecidas. Para compreender como esses saberes se tornaram hegemônicos e ser possível analisar as tensões atuais e alterações ou não nesse saber-poder[7], torna-se necessário analisar essas relações de poder, as quais podem ser melhor compreendidas através das genealogias do poder patriarcal, do biopoder e do poder colonial.

Conforme citado anteriormente, desde os imaginários coloniais foram construídos dois papéis para as mulheres, ligados a duas formas de dominação/produção da sexualidade, e a racialização: a virgem branca e a indígena e negra alvos sexuais. Conforme Pateman (1993) esses são os dois lados do contrato sexual patriarcal. Para a autora a prostituição é parte integrante do contrato sexual estabelecido pelo poder patriarcal para dominar as mulheres, demonstrando a relação mútua entre prostituição, exclusão no mercado de trabalho e

---

[4] Disponível em http://www.comitepaz.org.br/Durban_1.htm

[5] Disponível em http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/

[6] Disponível em http://www.unwto.org/code_ethics/sp/global.htm

[7] Analisarei as disputas atuais em torno desse saber-poder do Brasil como paraíso das mulatas, na segunda parte da minha dissertação de mestrado (em andamento), com foco empírico no Plano Aquarela (atual política da EMBRATUR que objetiva reposicionar a imagem do Brasil) e no atual Show das Mulatas da Cia. Sandrinha Sargentelli (sobrinha de Oswaldo Sargentelli). Este artigo se originou da primeira parte da minha dissertação de mestrado, na qual realizei a análise arque-genealógica desse saber-poder.

subjugação ao casamento, já que " no patriarcado moderno existe uma variedade de meios pelos quais os homens mantêm os termos do contrato sexual" (p.279).

Com relação ao biopoder, conforme Foucault (1986, 1993, 1996) o biopoder consiste em "fazer viver ou deixar morrer" (1996, p. 194), sendo que morrer "pode ser também morte indireta" (*idem*, p. 207). Ou seja, as relações de poder passam a ser exercidas através da gestão da vida, da disciplinarização dos corpos, da produção das populações, "garantindo relações de dominação e efeitos de hegemonia" (1993, 133). A sexualidade e o racismo se tornam os dispositivos mais importantes desse poder. Para Foucault (1993, p. 98) é através da sexualidade que se exercem relações de poder – micro-poderes e mecanismos de Estado. Este poder se exerce a partir de positividades, ou seja "produz efeitos positivos a nível do desejo – como se começa a conhecer – e também a nível do saber" (1986, p. 148). Então, para o autor, o problema "está em apreender quais são os mecanismos positivos que, produzindo a sexualidade desta ou daquela maneira, acarretam efeitos de miséria" (1986, p. 232).

Cunha (2002) demonstra as aproximações entre as análises de Foucault (sobre o biopoder) e as de Fanon (sobre raça, subjetivação e poder colonial). Neste sentido pode-se perceber que um dos mecanismos do biopoder é o discurso (construído a partir período colonial) que produz a sexualidade do negro. Segundo Fanon (1983, p. 153 e 154) o negro simboliza o pecado e "para a maioria dos brancos, o negro representa o instinto sexual" (*idem*, p.145). Tendo em vista que "as relações de poder são uma relação desigual e relativamente estabilizada de forças, é evidente que isso implica um em cima e um em baixo, uma diferença de potencial" (Foucault, 1986, p. 250). Neste sentido, negros e mulheres são o elo mais fraco das relações de poder do mundo ocidental – "se o humanismo universalista contrapõe ao ser humano um `não-homem´ bárbaro, negro ou indígena e selvagem, também lhe opõe a `não-homem´ mulher" (Nascimento, 2003, p. 68). Ao analisar o poder colonial, Said (p. 383 e 415) demonstra que, no discurso ocidental sobre o oriente, os árabes existem pela sua sexualidade. De forma semelhante, os negros no Brasil, principalmente as mulheres negras, no discurso branco, também existem pela sexualidade. Uma sexualidade construída pelo discurso do outro.

Referências Bibliográficas

ALFONSO, Louise. **EMBRATUR**: formadora de imagens da nação brasileira. Dissertação de Mestrado. Departamento de Antropologia / IFCH / UNICAMP. 2006

AOUN, Sabah. **A procura do paraíso no universo do turismo**. Campinas, SP: Papirus,2001.

BEM, Ari Soares de. **A Dialética do Turismo Sexual**. Campinas: Papirus, 2005.

BENI, Mário. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BIGNAMI, Rosana. **A imagem do Brasil no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002

CAETANO, R. A publicidade e a imagem do produto Brasil e da mulher brasileira como atrativo turístico. In: **Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 27, Porto Alegre. São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM.

CAMINHA, Pero Vaz de. **Carta de Pero Vaz de Caminha** (1500). São Paulo: Martim Claret, 2002.

CORREA, Mariza. Sobre a invenção da mulata. **Cadernos Pagu** (6-7), 1996, p. 33-50.

CUNHA, Olívia Maria. Reflexões sobre biopoder e pós-colonialismo: relendo Fanon e Foucault. In: **Mana**, Rio de Janeiro, v.8, n.1, 2002.p. 149-163

FANON, Franz. **Peles negras, máscaras brancas**. Rio de Janeiro: Factor, 1983.

FEIJÓ, Fernando; CALAZANS, Flávio. **A imagem internacional do turismo sexual no Brasil**: o "prostiturismo" no marketing turístico.

Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/2002/np03/NP3FEIJO.pdf

FIORI, José Luis. TAVARES, Maria da C.(Org.). **Poder e Dinheiro**: Uma economia política da globalização. Petrópolis: Vozes, 1998.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1986.

______. **História da sexualidade**. Vol. 1 A vontade de saber. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1993.

______. **Genealogía del racismo**. Buenos Aires: Altamira, 1996.

______. **Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande & Senzala**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

GASTAL, Susana. **Turismo, Imagens e Imaginários**. São Paulo: Aleph, 2005.

GOMES, Mariana Selister. A construção da democracia racial brasileira: o nordeste de Gilberto Freyre e o Rio Grande do Sul de Dante de Laytano. In: **Anais do IX Encontro Estadual de História da ANPUH/RS**, Porto Alegre, 2008.

Disponível em: http://www.eeh2008.anpuh-rs.org.br/site/anaiseletronicos

HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2003.

MUNANGA, Kabengele. **Rediscutindo a mestiçagem no Brasil**: identidade nacional versus identidade negra. Petrópolis: Vozes, 1999.

NASCIMENTO, Elisa Larkin. **O sortilégio da cor**: identidade, raça e gênero no Brasil. São Paulo: Selo Negro, 2003.

NIELSEN, Christian. **Turismo e Mídia**: o papel da comunicação na atividade turística. São Paulo: Contexto, 2002.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PATEMAN, Carole. **O Contrato Sexual**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.

PISCITELLI, Adriana. **Gênero e Racialização no Contexto de Relações Transnacionais -** Comentários a partir de uma leitura das relações presentes no Turismo Sexual em Fortaleza (Ceará, Brasil). Disponível em: <http://www.lpp-uerj.net/olped/documentos/ppcor/0274.pdf 2005>

SANTANA, Gisane. Iararana e a Carta de Caminha: focos sobre a construção da nação brasileira. In: **Revista Eutomia**, Ano I, nº 01, 2008.

SANTOS FILHO, João dos. Ditadura militar utilizou a Embratur para tentar ocultar a repressão, a tortura e o assassinato. In: **Saber Acadêmico**/Revista Multidisciplinar da UNESP, nº5, jun. 2008.

SAID, Edward. **Orientalismo**: o Oriente como invenção do Ocidente. São Paulo: Companjia das Letras, 2007.

SKIDMORE, Thomas. **Preto no branco**: raça e nacionalidade no pensamento brasileiro. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

STOLKE, Verena. O enigma das intersecções: classe, “raça”, sexo, sexualidade. A formação dos impérios transatlânticos do século XVI ao XIX. In: **Revista Estudos Feministas**, vol. 14, nº1, jan-abr. 2006.

WAINBERG, Jacques. **Turismo e Comunicação**: a indústria da diferença. São Paulo: Contexto, 2003.